

X Conferència anual de la SCC 2000

Especial *Deu anys de conferències, deu anys d'investigació*

La televisió pública a l'era digital

per Miquel de Moragas Spà

Catedràtic del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació i
director de l'Institut de la Comunicació (InCom) de la UAB.

Aquest estudi és fruit de l'encàrrec que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va fer ara fa dos anys als catedràtics de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, Miquel de Moragas i Emili Prado. En aquell moment, el CAC va considerar d'especial importància el tractament del debat al voltant de la televisió pública i la reflexió sobre els criteris bàsics per a una reforma del sistema audiovisual públic.

El CAC també va considerar molt oportú que, en el marc d'aquesta recerca, es poguessin organitzar unes jornades obertes al públic. Així, el passat 14 d'abril de 1999, i amb la col·laboració de l'Institut de la Comunicació (InCom) de la UAB i la Direcció General de Radiodifusió i Televisió de la Generalitat de Catalunya, el CAC va organitzar unes jornades sobre «El futur de la televisió pública: les claus del debat». En aquestes jornades van participar, a més dels directors de la recerca, experts del Quebec i dels cinc estats més grans de la UE (Alemanya, Espanya, França, Itàlia i Regne Unit), així com responsables de RTVE i la CCRTV. Algunes d'aquestes aportacions es van publicar en el número 5 de la revista *Quaderns del CAC*.

Avui, després del debat sobre l'audiovisual que va tenir lloc al Parlament de Catalunya el passat mes de desembre, l'estudi «La televisió pública a l'era digital» arriba en un moment molt oportú, ja que pot contribuir a documentar àmpliament els temes que s'han d'abordar en les lleis que s'estan discutint al Parlament de Catalunya sobre la reforma del CAC i de la CCRTV i la Llei General de l'Audiovisual.

Finalment, hem d'apuntar en aquesta nota introductòria que l'equip d'investigació i de documentació ha estat integrat pels següents professors de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB: Gemma Larrègola, Bernat López, Núria García, Matilde Delgado, Carles Llorens, Laura Bergés i Belén Monclús. Gemma Larrègola ha estat la responsable de la coordinació general i de l'edició final.

Objectius i característiques de l'estudi

Aquest és un estudi de polítiques de comunicació comparades, d'àmbit europeu, sobre la situació actual i les perspectives futures de la televisió pública a l'era digital. S'hi defensa la vigència del servei públic de televisió a l'era digital, però es fa una valoració crítica del model actual i se'n reclama la reforma en profunditat, per a adaptar-lo al nou panorama digital caracteritzat per la multiplicació d'ofertes i la concentració de la producció de comunicació. Més que proposar fórmules legislatives concretes, l'estudi pretén aportar l'aparell teòric necessari per a documentar el debat i facilitar la presa de decisions que permetin afrontar la reforma del model audiovisual.

Criteris bàsics per a una reforma del sistema audiovisual públic

Al nostre entendre, els criteris fonamentals per a una reforma del sistema públic audiovisual poden resumir-se en els següents punts:

1. *Redefinir la missió* de la televisió pública (política, social, econòmica i cultural) en el nou context de la comunicació a l'era digital.
2. Especificar aquesta missió en un *contracte programa*.
3. Dotar la televisió pública d'un *finançament sostenible* (que en el cas de l'Estat espanyol requereix un pas previ: la liquidació del deute), que faci possible el compliment d'aquesta missió.
4. Dotar-la d'una *autoritat independent, professional i no partidista*, que vetlli pel compliment d'aquella missió sota la tutela del Parlament.

Conclusions: identificar lògiques, donar informació

Les principals conclusions extretes del llarg informe volen identificar i sintetitzar els aspectes més importants de cada un dels capítols, pensant, especialment, en funció d'una política de comunicació. D'acord amb l'objectiu general del llibre, en aquestes conclusions no es pretén formular propostes legislatives detallades o recomanacions concretes, sinó, sobretot, identificar lògiques, donar informació i facilitar l'aparell teòric necessari per a poder elaborar –amb coneixement de causa– aquestes propostes i fórmules concretes. Volem, per tant, que les conclusions siguin útils per als responsables polítics que han de fer, i pactar, les lleis i les polítiques corresponents, però també per al debat social i periodístic que s'ha de fer sobre aquestes lleis i pactes, tan necessaris i tan importants per al futur de la nostra societat.

1. Justificació i valor de la televisió pública a l'era digital

L'era digital reclama una «nova frontera», un nou rol als serveis públics de televisió, ara integrats en el sistema, més global, dels serveis públics de comunicació.

TELEVISIÓ PÚBLICA, PLURALISME I EQUILIBRI DEL SISTEMA DE COMUNICACIONS

Les transformacions de l'era digital representen grans oportunitats per al desenvolupament de la comunicació, però també representen nous riscos de concentració i de desequilibri, amb múltiples possibles disfuncions. Molts d'aquests desequilibris s'han de resoldre en el marc de

la regulació general dels sistemes de comunicació públics i privats, tots ells «serveis públics». Però, en aquest nou context, la iniciativa pública té un paper i una responsabilitat especial: fer –i preveure per al futur– tot allò que sigui necessari per al desenvolupament democràtic i per al benestar social, i que no quedaria cobert per les iniciatives regulades únicament pel mercat.

A començaments de l'any 2000 disposem ja de suficient experiència per a poder avaluar els resultats polítics i culturals de la ruptura a Europa dels monopolis televisius i de la privatització de la televisió, i posteriorment de les telecomunicacions. Als anys vuitanta s'afirmava la necessitat i la conveniència de la privatització com una garantia de pluralitat, és a dir, contra els monopolis. Dues dècades més tard, els arguments tornen a repetir-se, però ara a favor de la conveniència de legitimar uns serveis públics de comunicació que garanteixin aquesta pluralitat contra els oligopolis, en el marc d'uns espais públics per a la cohesió social i per a la participació democràtica.

En un sistema competitiu i obert, les televisions públiques han de ser la garantia d'un sistema de comunicació per a tothom, han d'evitar l'existència d'un sistema de veus limitat, i han de fer de contrapès al gran procés de concentració que determina la nova convergència entre els sectors financers, les telecomunicacions i els *mass mèdia*.

TELEVISIÓ PÚBLICA, MERCAT I BÉNS SOCIALS

La nostra anàlisi posa de manifest l'existència de funcions i missions de la televisió que no són rendibles des del punt de vista de la lògica del mercat, però que ho són, i molt, des del punt de vista de la democràcia, dels interessos socials i de les funcions dinamitzadores de la indústria cultural. És cert que alguns serveis socials, com per exemple la salut i l'educació, han esdevingut també activitats rendibles, o encara molt rendibles, per a la iniciativa comercial, però en aquests casos no és menys cert que la iniciativa pública es converteix en l'única garantia d'una societat de la informació –o de la salut– per a tothom en totes les especialitats.

L'anàlisi de l'actual sistema audiovisual posa en evidència tres arguments centrals a favor dels sistemes públics de televisió:

1. El lliure mercat no garanteix suficientment les funcions polítiques, socials i culturals que corresponen a la televisió en les democràcies modernes.
2. No existeix garantia d'una estricta correspondència entre els espais delimitats pel mercat audiovisual i les «comunitats» (lingüístiques, culturals, nacionals, etc.).

3. *No queda garantida la igualtat efectiva d'oportunitats en l'accés als serveis i béns culturals derivats de les innovacions tecnològiques.*

LA DEFENSA DE LA TELEVISIÓ PÚBLICA CONDICIONADA PEL COMPLIMENT DE LA SEVA MISSIÓ

La defensa de la televisió pública a l'era digital ha de basar-se en el compliment de la seva missió (política, social, econòmica i cultural). Però aquesta missió no pot ser interpretada aïlladament sinó en un conjunt format per quatre pilars: la *missió*, el *finançament*, el *control d'una autoritat independent* i la *supervisió parlamentària*. El finançament, que serà extraordinari, no pot justificar-se sense la prèvia acceptació de la missió, i aquesta ha de ser autoritzada i verificada per una autoritat independent, tot això sota la supervisió del Parlament, font de l'autoritat i última referència democràtica de les polítiques de comunicació. En conclusió, pot dir-se que a l'era digital hi ha necessitat de televisió pública, però això únicament si, de forma prèvia, s'hi ha definit una missió específica de comunicació.

2. *Obsolescència del model de televisió pública a Espanya i a Catalunya*

El debat sobre el sistema de l'audiovisual a Espanya i a Catalunya posa de manifest una paradoxa: tothom afirma estar d'acord en l'obsolescència del model legislatiu actual i, molt especialment, del model que regeix la televisió pública des de l'any 1980 (Estatut Jurídic de la Ràdio i la Televisió), però van passant els anys, i també les legislatures, sense que es pugui arribar a cap acord per tal de modificar aquest model.

La principal conclusió és que cal un gran pacte (d'Estat) per aconseguir una legislació global que integri els sectors públics i privats, els *mass mèdia* i les telecomunicacions en una política global de desenvolupament econòmic i social de les comunicacions. Però, en aquest punt, els objectius i els calendaris no són coincidents.

LA INDEFINICIÓ DEL MODEL PERJUDICA LA TELEVISIÓ PÚBLICA

Hem de preguntar-nos, doncs, a qui beneficia i a qui perjudica més aquesta situació d'indefinició. La nostra resposta és que a qui perjudica més és al sector públic. Cal tenir en compte que ens trobem en una situació de forta pugna per l'hegemonia de la comunicació i que aquesta lluita afavoreix els grups que tenen dues principals capacitats estratègiques: la de la concentració i la penetració en uns mercats cada dia més

internacionals, i la de la planificació de les activitats, a mig i a llarg termini, en un context de canvis accelerats.

La lentitud en la presa de decisions estratègiques, la indefinició dels àmbits d'actuació, sectorials i territorials, i les dificultats per a fer una planificació econòmica a llarg termini són greus rèmores que perjudiquen els serveis públics de televisió en el seu procés d'adaptació a les noves condicions del mercat mundial de les comunicacions. A qui més perjudica l'endarreriment en la redefinició del model és a la televisió pública.

LES CLAUS DEL MODEL AUDIOVISUAL A REFORMAR

El primer repte del nou model consisteix en considerar la televisió com una part del nou marc més global de la comunicació a l'era digital. Aquest procés implica considerar, almenys, els següents temes generals i majors:

1. Política de producció de continguts.
2. Política de distribució (territorial, satèl·lit i Internet) dels senyals.
3. Política de desenvolupament de les noves ofertes i serveis de comunicació.
4. Autoritat de l'hipersector, ampliant les competències de les autoritats independents actuals per a afrontar la globalitat dels nous processos.
5. Política de servei universal per a les telecomunicacions, la qual cosa significa presència obligatòria i gratuïta dels serveis públics de comunicació en els paquets bàsics de les ofertes multicanal.

Aquest procés també implicarà una revisió específica del model de televisió pública, considerant, almenys, els següents temes majors:

1. Obligació d'establir una missió i un contracte programa específics.
2. Política de finançament estable.
3. Nous camps d'actuació, amb diversificació de canals i de serveis de comunicació.
4. Nova política de producció, que consideri tant l'externalització com la venda de producció pròpia a tercers.
5. Nova forma d'autoritat, gestió i control.
6. Nova forma de cooperació entre els diversos àmbits de les televi-

sions i els serveis públics d'informació (àmbits català, estatal i europeu).

UN MODEL FLEXIBLE, PERQUÈ ESTEM EN UNA ETAPA DE TRANSFORMACIONS

Donades les condicions de transformació tecnològica i econòmica que vivim, aquest nou model no es pot pas imaginar com si hagués de ser *per sempre*, sinó que ha de ser flexible i adaptable a les noves condicions. Per això, precisament, és tan important definir també un nou model d'autoritat de l'audiovisual, amb competències per a aplicar les normes, però també per a interpretar les transformacions i orientar el debat i l'adaptació legislativa d'aquest model amb l'agilitat que reclama la celeritat de les transformacions.

UNA RELECTURA AUTONÒMICA DEL MODEL DE TELEVISIÓ

Les noves experiències demostren la importància de la descentralització per al desenvolupament de les comunicacions. A l'era denominada *global* es fa més evident que mai la importància dels àmbits de *proximitat* per al desenvolupament de la societat de la informació. L'evolució d'Internet en l'àmbit local o la vitalitat de les televisions de proximitat són exemples destacats d'aquestes noves condicions de la comunicació.

Però aquestes potencialitats no acabaran d'actualitzar-se sense el suport d'una política de comunicació que doni continuïtat a aquest procés en un entorn tan competitiu com és el de les comunicacions. Tot això s'ha de considerar com un factor extremament important i positiu per a la política de comunicació de països de dimensions reduïdes com Catalunya. Per això ara és oportú, i necessari, fer una relectura autonòmica d'unes competències en comunicació que varen ser negociades políticament fa més de 25 anys, a l'era *broadcasting*, per adaptar-les a les noves possibilitats i exigències de l'era digital.

La primera reforma a considerar seria la de les restriccions centralistes del model de televisió i de telecomunicacions vigent a Espanya, fet des d'una òptica políticament centralista, però amb l'argument de l'escassetat tècnica de canals de comunicació. En vigílies d'una desregulació *de facto* dels fluxos de comunicació via Internet, tenen menys sentit que mai les restriccions legislatives que pateixen els fluxos de comunicació a Catalunya (cap a dins i cap a fora). La política de comunicació de Catalunya hauria de poder beneficiar-se d'un doble procés: el de desregulació de les competències de l'Estat i el de l'increment de competències d'autoregulació del seu propi sistema.

Pel que fa als aspectes a desregular, podem esmentar dos casos: la su-

pressió dels límits a la difusió dels programes de la televisió pública fora del seu territori estricte (Llei dels tercers canals) i la supressió dels impediments a la legislació autonòmica sobre la presència de la iniciativa privada dins el seu territori (Llei de televisió privada). Pel que fa a l'increment de competències d'autoregulació, podem esmentar dos casos emblemàtics: el de la regulació de la pròpia televisió pública i el de la regulació de la televisió local, un dels sectors que s'han vist més perjudicats per la manca de competències, i que sempre va a remolc de les decisions d'una política d'Estat molt poc interessada en un sector històricament molt dinàmic.

3. *El finançament*

Decantar-se per una opció de televisió pública competitiva, que ha d'expandir la seva activitat cap a nous fronts i suports, significa afirmar la necessitat de sanejar-la i dotar-la d'un sistema de finançament estable i proporcional a les missions que se li encomanen. Per això, cal un pacte d'Estat que, partint del reconeixement de la necessitat de la televisió pública a l'era digital, documentada abastament en aquest treball, respecti el caràcter mixt del sistema audiovisual i, alhora, garanteixi el finançament de les televisions públiques.

Aquest pacte hauria d'incloure, com a pas previ, l'absorció del deute de totes les televisions públiques per part de l'Estat, que en el seu dia va substituir l'aportació directa a càrrec dels pressupostos per deute avalat pel propi Estat. Només amb el sanejament dels seus comptes les televisions públiques podran acarar la nova etapa plena de desafiaments.

UN FINANÇAMENT D'ORIGEN COMPOST

El sistema de finançament més adequat per a la nova situació és el compost, format per una base àmplia de finançament procedent dels pressupostos públics, la publicitat i els ingressos procedents de les activitats comercials i industrials. Per a obtenir la part de finançament procedent dels pressupostos públics, en aquesta nova etapa històrica és del tot inviable recórrer al cànon. El cànon, a part de moltes dificultats administratives i de competències, és una modalitat obsoleta i difícilment adaptable al nou escenari tecnològic. La fusió de les funcions dels ordinadors i la televisió comportarà dificultats insalvables per a identificar els equips sobre els que s'ha d'aplicar el cànon.

Per això és molt més adient preveure una partida dels pressupostos de l'administració corresponent. No cal descartar, però, la recaptació d'impostos finals sobre el consum de comunicació de pagament com a fórmula per a constituir l'aportació pública al pressupost d'aquestes televisions. El volum de l'aportació de l'administració s'hauria de fixar a

partir de l'establiment d'un contracte programa i la posterior valoració econòmica de la seva execució. La comptabilitat analítica permetrà comprovar que la destinació d'aquests recursos va a cobrir les missions establertes en el contracte programa, i destriar-los dels destinats a les activitats d'índole comercial, que hauran d'autofinançar-se.

La publicitat hauria de tenir un rol més limitat en el sistema de finançament de la televisió pública del que ha tingut fins ara i, per tant, haurien d'establir-se nous límits a la saturació, així com noves normes més restrictives per a la inserció de publicitat dins els programes, respectant així les obres audiovisuals. El pressupost es complementarà amb els recursos obtinguts pel conjunt d'activitats comercials i industrials, inclosa la venda de programes, el *merchandising* o els canals de pagament que es puguin oferir.

4. *Els continguts i la programació. El repte de la qualitat*

La programació televisiva és cada cop més semblant arreu, independentment de la titularitat pública o privada de l'estació que l'emet, del tipus de suport que la difon, del país i, fins i tot, del continent. Com hem pogut demostrar, l'homogeneïtat és el tret més remarcable del comportament programàtic de la televisió en condicions de concurrència. Aquesta homogeneïtat es reflecteix en la reducció del nombre de gèneres programats, però també en una tendència generalitzada a l'«espectacularització» que dilueix les fronteres entre el gèneres. Tot acaba essent un espectacle on les emocions estan per sobre de les accions, tenyint així l'oferta televisiva de groc i rosa.

En aquest context, l'oferta de la televisió pública tendeix sovint a assemblar-se massa a la de la televisió privada. Tot i així, hem pogut constatar diferències tant en l'ordre quantitatiu com en el qualitatiu. La televisió pública conserva una diversitat encara més elevada en la seva oferta i dóna una major importància a la informació. Però és evident que la tendència homogeneïtzadora és consubstancial a la lògica del mercat i de la competència, i la televisió pública en rep també els influxos.

PER UNA TELEVISIÓ PÚBLICA COMPETITIVA I DE QUALITAT

Hi ha dos possibles grans concepcions de televisió pública. Una que li atorga un rol subsidiari en el sistema audiovisual, una televisió que ofereix aquells programes que la televisió privada no fa perquè interessin a poca gent o perquè són massa cars. L'altra que li atorga un rol protagonista, amb una programació per al públic en general, i que li garanteix una quota de penetració àmplia, permetent-li complir amb un ampli ventall d'objectius com a servei públic.

Aquí ens alineem amb aquesta segona concepció de televisió pública competitiva, però també capaç de compaginar la qualitat de la programació amb la quantitat d'audiència. En aquest sentit és necessària una televisió pública generalista, no només perquè intenta oferir programes destinats a un públic heterogeni, sinó també perquè cultiva tots els gèneres i satisfà els interessos de les minories.

LA QUALITAT EXIGIBLE

El tret característic de la televisió pública ha de ser la qualitat. Per qualitat entenem un tractament informatiu orientat per criteris professionals que donin suport al pluralisme polític, social i cultural, tot establint els mecanismes i la garantia d'independència. Però per qualitat també entenem la preservació de parcel·les informatives fora de la influència de la conversió en espectacle, subministrant informació contextual, significativa i indispensable per formar-se un criteri sobre les temàtiques que afecten l'evolució de la societat.

També és qualitat l'elaboració de programes d'anàlisi de temes complexos fent-los comprensibles per al conjunt de la població no especialista, o l'experimentació de fórmules modernes i innovadores de tractament informatiu que aconseguixin el màxim interès i el màxim nombre d'oients sense desvirtuar els continguts. Considerem també qualitat l'oferta de determinades emissions d'interès sectorial, com els programes sobre activitat parlamentària, les campanyes electorals, el debat, l'educació, la cultura, l'art, el folklore o els programes sobre minories.

I qualitat és també crear les condicions necessàries per a afavorir la creativitat: programar propostes innovadores en períodes de màxima audiència, donar l'oportunitat d'aparició a nous formats, i mantenir-los en antena el temps suficient per a permetre l'adaptació del gust de l'audiència a la novetat.

Per a complir aquestes funcions la televisió pública disposa, generalment, de dues cadenes. La primera, de vocació més competitiva, pot incloure les opcions més generalistes de programació, responent, però, a les exigències generals que estem plantejant per a la televisió pública. La segona pot actuar com a complement de la primera, però assumint una dosi més alta de risc en la creativitat i en la programació.

TELEVISIÓ PÚBLICA I NOUS CANALS TEMÀTICS

Però, en el nou context tecnològic, la televisió pública pot superar aquests límits i trobar noves oportunitats per a complir amb els seus objectius programàtics. L'escenari multicanal, afavorit per la digitalització,

multiplica l'oferta de productes audiovisuals. Però la multiplicació de canals i la diversitat no es corresponen automàticament. I, encara que fos així, no ho seria per a tothom si es considera que la major part de la nova oferta de canals és d'abonament. Hi ha, doncs, bones raons per a justificar la necessitat que la televisió pública s'involucri en la generació de programes per a l'oferta multicanal.

En primer lloc, cal garantir la igualtat d'oportunitats d'accés als béns culturals de tots els ciutadans, no només dels que ho poden pagar. Es tracta de respondre al principi d'accés universal. En segon lloc, cal identificar els segments d'interès que no queden coberts amb l'oferta general i que permetrien garantir la diversitat. Tota aquesta oferta de canals públics (generalistes o temàtics) s'ha de difondre en obert i ha de formar part dels paquets bàsics de qualsevol dispositiu d'oferta multicanal. Entre els canals temàtics que podrien ser prioritaris per a les televisions públiques proposem considerar:

- *Canal Patrimoni audiovisual* (podria utilitzar l'ampli estoc dels ens públics).
- *Canal Esports* (podria aprofitar els excedents de programació derivats dels drets de les grans emissions comprades per les televisions públiques, i hi incloure l'esport local i les pràctiques esportives minoritàries).
- *Canal Parlament* (per a retransmissions directes des del Parlament i programes sobre l'activitat parlamentària).
- *Canal Educatiu* (programes de formació no reglada).
- *Informació* (notícies).
- *Canal Cultural* (patrimoni, creació artística i musical).
- *Canal Interculturalitat* (propostes d'interculturalitat; liderar un canal intercultural de difusió europea o mediterrània, en col·laboració amb altres televisions públiques).
- *Canal Divulgació tecnològica* (popularització de l'univers de les tecnologies de la informació).
- *Canal Entorn* (medi ambient, salut, qualitat de vida).

CANALS D'ABONAMENT

Donada la complexitat industrial del negoci del sector audiovisual, no sembla adequat privar l'empresa pública d'aprofitar-se de les oportunitats de col·laboració que existeixen en la seva activitat. Per aquesta raó, hom no hauria de sostreure les televisions públiques de la possibilitat de

gestionar canals d'abonament, i fins i tot de pagament per visió, sempre que això quedi establert i regulat en el seu contracte programa. Aquestes activitats podrien ser gestionades directament o també indirectament, per *joint ventures* amb altres empreses del sector, com ja ha començat a fer la BBC.

La televisió pública ha d'aplicar a tots els fronts d'activitat els principis de qualitat que hem assenyalat, per la qual cosa ha de promoure l'experimentació mitjançant la creació de departaments de R+D (Recerca i Desenvolupament) que generin formats i elaborin projectes d'innovació programàtica, directament o en col·laboració amb els productors independents i la Universitat.

5. *La política de producció de les televisions públiques*

La multiplicació de canals, que sembla no conèixer límits a l'era digital, suposa la ruptura i la fragmentació de les grans audiències, la qual cosa afectarà cada cop més la capacitat de la televisió pública d'actuar com a eix vertebrador, com a instrument de producció del consens i de reproducció cultural; en definitiva, disminuirà de forma sensible la seva capacitat de representar la identitat. Ja hem dit que la ruptura de les fronteres en l'estadi actual de la transformació tecnològica és un fet consumat. No és impossible d'establir emissions dirigides a un territori determinat, però és impossible tancar aquest territori a l'entrada d'altres emissions.

Si acceptem que del consum de la comunicació es deriven conseqüències per a la identitat cultural, acceptarem també la importància del consum de productes nacionals per a la salut identitària. Però els mecanismes per a aconseguir-ho no poden ser de caire coercitiu. Així doncs, per exemple, la política de quotes de difusió de producció nacional per a les televisions públiques o per a les privades ubicades en un territori no són efectives perquè l'usuari pot accedir sense límits a d'altres ofertes *extramuros*.

PROMOURE LA FORMACIÓ DEL TEIXIT INDUSTRIAL

A l'era digital la prioritat es desplaça cap a la producció. El ciutadans que poden accedir a un ampli repertori de productes audiovisuals només triaran el contacte amb els de producció nacional si són gratificants. Únicament l'existència de programes de qualitat i competitius, portadors de valors culturals i marques identitàries, permetrà a la televisió pública complir amb les seves finalitats com a instrument de dinamització cultural i social. Aquest rol el pot desenvolupar directament, per brindar la seva oferta multiplicada, o indirectament promovent el teixit industrial.

En el nou context digital, la responsabilitat de defensa de les identitats nacionals i culturals no es pot limitar a uns quants emissors. Cal el concurs del conjunt de la indústria. Només l'existència d'una indústria audiovisual sòlida podrà garantir el subministrament d'un repertori ampli i variat de productes competitiu per a satisfer la demanda. Per això, una nova funció fonamental per a la televisió pública és la de motor de la indústria audiovisual. En aquest sentit, l'externalització d'una part de la producció de les televisions públiques ha contribuït a la consolidació d'un entramat industrial audiovisual a la Unió Europea i a les nacions i estats que la componen. Però les mancances de l'externalització, tal com s'ha dut a terme fins ara, són evidents perquè, sovint, l'entramat productiu ha mantingut una relació subsidiària amb la televisió pública. Ha actuat pensant més en l'obtenció de beneficis a curt termini, com a contraprestació als seus serveis professionals, que en una estratègia de consolidació empresarial que li permetés d'actuar com a peça independent a la indústria audiovisual.

NOVES FUNCIONS ESTRATÈGIQUES EN EL CAMP DE LA PRODUCCIÓ

En un dels apartats de l'estudi hem assenyalat les dificultats de consolidar una indústria audiovisual competitiva. Per tal d'aconseguir aquest objectiu de forma més efectiva que en el passat, caldria establir noves estratègies que ajudessin a trencar el cercle viciós que s'ha creat: les productores independents pràcticament es limiten a realitzar programes d'encàrrec, sense arriscar-se financerament, amb la qual cosa no obtenen els drets d'explotació de les seves produccions; així resulta impossible capitalitzar-se i, per tant, no poden arriscar-se autònomament en nous projectes i depenen dels nous encàrrecs de les empreses televisives.

Entre les seves funcions de servei, la televisió pública hauria de promoure les iniciatives, seleccionar les de més qualitat i rigor empresarial, fer una certa transferència del seu «saber fer» en producció, i compartir els drets de les escales de comercialització diferents de l'emissió pròpia (sales, videoclub, PPV, canals d'abonament i vendes al mercat exterior). Tot això a canvi d'un dret preferent d'adquisició, al preu del mercat, de la primera producció autònoma d'aquella productora independent.

Aquesta seria una contribució a la consolidació d'una indústria audiovisual competitiva amb capacitat de subministrament de la producció que demanden els canals disponibles a l'era digital i que es planteja conquerir mercats exteriors amb possibilitats d'èxit. En definitiva, la televisió pública assumiria una certa funció de capital de risc per promoure l'eclosió del talent creatiu que és a la base de la indústria dels continguts audiovisuals i de les empreses que els han de produir.

Tot i la importància que ha de tenir la televisió pública a l'era digital com a motor de la indústria audiovisual, aquesta funció és tan complexa i el camí a recórrer tan llarg que no es pot descarregar sobre ella tota la responsabilitat. La consolidació de l'entramat industrial audiovisual depèn també del compromís de les institucions i molt particularment de les polítiques europees de suport a les indústries culturals en general i a l'audiovisual en particular.

6. *Necessitat de redefinir la missió*

DELS GRANS PRINCIPIS AL CONTRACTE PROGRAMA

A diferència del que ha succeït a d'altres països europeus, a l'Estat espanyol les televisions públiques no han rebut de forma prou explícita l'encàrrec de la seva missió com a «servei públic». Els grans principis enunciat a la legislació, tots ells grandiloqüents i lloables, no han tingut la necessària concreció. Per això, la definició d'una *missió específica* i la consegüent elaboració d'un *contracte programa* s'han convertit en una de les peces clau de la reforma del sistema audiovisual que ara es reclama.

Per a avançar en aquesta direcció podem seguir la pauta establerta per diverses declaracions de la Unió Europea, especialment del seu Parlament, en la línia del que va establir ja fa uns anys (1993) la Unió Europea de Radiodifusió (UER) en enumerar l'especificitat del servei públic audiovisual: «una programació per a tothom, un servei de base generalista amb ampliacions temàtiques; un fòrum per al debat democràtic; lliure accés del públic als principals esdeveniments; una referència en matèria de qualitat; una abundant producció original i un esperit innovador; una vitrina cultural; una contribució al reforç de la identitat europea, així com als seus valors socials i culturals: un motor de la investigació i del desenvolupament tecnològic».

TELEVISIÓ DE MINORIES O TELEVISIÓ DE MAJORIES: UN FALS DILEMA A L'ERA DIGITAL

Fins ara el debat sobre la legitimitat de la televisió pública s'ha centrat massa sovint en un dilema que sembla superat: televisió per a majories o televisió per a minories?, a l'europea o a l'americana? Ara, però, el debat no pot quedar reduït a una alternativa tan simple com «model de majories i competitiu» o «model de minories, subsidiari i marginal», sinó que ha de referir-se a la seva síntesi o complementarietat. En realitat, el debat s'ha de referir a una missió més complexa que inclou, simultàniament, la qüestió de l'èxit d'audiència i el compliment de les funcions encomanades.

L'atenció particular en l'èxit d'audiències ha fet perdre credibilitat i ha

paralitzat la reforma de les televisions públiques, però la renúncia a la competitivitat acabaria significant la renúncia al conjunt de les seves funcions. Tan injustificat seria voler reduir la televisió pública a fer el «que *no volen* fer les privades», com limitar-la a fer «només allò que *ja fan* les privades».

MÚLTIPLES FUNCIONS DE LA TELEVISIÓ PÚBLICA

Definir la missió vol dir definir quines són les funcions que corresponen a la televisió pública, com a televisió i com a servei públic. I això avui passa per considerar les funcions històriques més «convencionals», les noves funcions d'un sistema audiovisual en transformació i ara, més recentment, les noves funcions de l'era digital i d'Internet. A l'estudi hem proposat de forma indicativa una primera pauta temàtica per a identificar les funcions que corresponen a aquesta missió i que podem resumir de la següent manera:

- Funció de garanties democràtiques (especialment defensa del pluralisme).
- Funció política d'estímul a la participació ciutadana.
- Funció cultural.
- Funció identitària.
- Funció de qualitat de la programació i dels continguts.
- Funció educativa.
- Funció social i de benestar social.
- Funció d'equilibri territorial.
- Funció econòmica i de desenvolupament.
- Funció de motor de la indústria audiovisual.
- Funció d'innovació i experimentació creatives.
- Funció humanística i moralitzadora.
- Funció divulgadora i socialitzadora del coneixement.

LES NOVES FUNCIONS DE LA TELEVISIÓ PÚBLICA A L'ERA DIGITAL

A aquestes funcions, més convencionals, caldrà afegir a partir d'ara unes altres funcions derivades de les noves circumstàncies determinades per la transformació tecnològica i per la globalització pròpia de la societat de la informació. Entre aquestes caldria destacar:

- Funció estratègica de desenvolupament de les comunicacions.
- Funció de garantia de l'accés universal, per a tothom.
- Funció de producció de la informació socialment necessària.
- Funció de guia i mediació davant la multiplicitat de l'oferta d'informació.
- Funció d'equilibri i de fre als nous oligopolis en comunicació i telecomunicacions.
- Funció de motor del sistema públic d'informació a l'era digital.
- Funció de motor dels processos de convergència entre el sector de la comunicació i altres sectors socials (cultura, educació, salut, benestar social, etc.).

LA PRODUCCIÓ DE CONTINGUTS PER A TOTHOM

De tot aquest conjunt de noves funcions voldríem destacar, per la seva importància, un canvi essencial: el nou paper fonamental de la producció de continguts en el sistema de comunicació. La prioritat del sistema de comunicació actual, caracteritzat per la multitud d'ofertes i canals de comunicació, ja no es troba en la *difusió* (dret, llicències, permisos per a emetre, etc.) sinó en la *producció* de continguts i en l'emmagatzematge d'aquesta informació, preparada per a un accés directe dels usuaris.

Una societat de la informació per a tothom només es podrà construir amb una nova política de producció de continguts per a tothom, la qual cosa vol dir una política de producció de continguts «per a totes les necessitats socials». És en aquest sentit que els sistemes públics d'informació han de representar una alternativa a la lògica comercial del «pagament per visió» i a la societat de la «comunicació d'abonament». Darrere aquesta nova lògica mercantil s'amaga un aspecte clau: la producció d'informació per encàrrec. Si l'única lògica que acabés imposant-se a la societat de la informació fos la lògica comercial només disposaríem d'aquelles informacions prèviament finançades o comercialment rendibles, i aquesta lògica no coincideix sempre amb les necessitats socials.

És per això que la nova i principal funció dels serveis públics d'informació haurà de ser la producció de continguts d'accés per a tothom i per a totes les necessitats socials bàsiques.

LIDERATGE DE LA TELEVISIÓ PÚBLICA A LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ

A partir d'ara, la responsabilitat d'aquesta producció de continguts per a tothom serà una responsabilitat de totes les institucions públiques

i privades que, gràcies a les noves tecnologies, tenen la possibilitat de crear els seus propis sistemes d'informació. Totes les institucions, i especialment les institucions de caràcter públic, siguin o no *mass mèdia*, tenen ara la possibilitat –i la responsabilitat– d'explotar els recursos de la digitalització per produir, emmagatzemar i distribuir la informació. No obstant això, el lideratge d'aquest procés encara haurà de correspondre als grans mèdia o institucions de comunicació, que són les que estan més especialment preparades per a aquesta funció de producció i distribució d'informació.

Com ha començat a fer la BBC, les televisions públiques han de tenir un paper destacat i de lideratge en aquests processos i això molt especialment en els petits països, com és el cas de Catalunya, que no disposen d'una indústria cultural i de comunicació competitiva a escala internacional.

7. *Necessitat de coordinació i cooperació entre els diversos nivells dels sistemes de televisió pública*

Una de les principals característiques del sistema de comunicació modern és el procés de concentració i la formació de grans oligopolis d'influència mundial. Davant aquesta situació contrasta la manca de coordinació i de col·laboració entre els diversos sistemes públics de comunicació a Europa. Aquesta és, possiblement, una de les principals assignatures pendents –i no sembla pas la més difícil d'aprovar– de la tímida i insuficient política de comunicació de la Unió Europea.

COORDINACIÓ DE LES TELEVISIONS PÚBLIQUES I POLÍTICA DE COMUNICACIÓ DE LA UNIÓ EUROPEA

La creació d'una gran televisió pública europea s'ha demostrat inviable. D'altra banda, experiències com la d'Euronews, tot i ser positives, han tingut una influència limitada, sense que es pugui parlar pròpiament de la creació d'un espai audiovisual europeu. Aquestes experiències demostren que el futur d'aquest espai audiovisual passa sobretot per una coordinació que tendeixi a la federació de les seves cadenes públiques de televisió, a tots els seus nivells: europeu, estatal, nacional, regional i local.

Per això sembla necessari pensar en una refundació de la Unió Europea de Radiodifusió (UER)¹ o en la creació d'un nou organisme similar a

1. Actualment formen part de la UER televisions públiques europees, i no únicament de la UE, algunes televisions de països mediterranis, i també algunes cadenes privades (o privatitzades) fundadores de l'organisme, com és el cas de la Cadena SER espanyola i de la televisió privada francesa TF1, i en canvi no hi són, per exemple, les cadenes públiques autonòmiques.

escala de la Unió Europea, per tal de poder assumir la coordinació dels diversos serveis públics de ràdio i televisió. Les tasques a assumir per aquest nou organisme o federació tindrien el seu aspecte més emblemàtic en l'adquisició de drets de transmissió i de programes. Exemples d'aquesta estratègia serien, inqüestionablement, la compra de drets dels grans esdeveniments esportius, com és el cas dels Jocs Olímpics o de la Champions League del futbol, però també l'adquisició de films en el mercat mundial i europeu. D'altra banda, aquest organisme o federació de les televisions públiques europees hauria d'aprofitar tota l'experiència acumulada pel programa MEDIA, pel que fa a les formes de producció, difusió, distribució, aprenentatge i recerca.

COORDINACIÓ DINS ELS ESTATS MEMBRES

Aquest procés de col·laboració hauria de tenir la seva correspondència a les polítiques de comunicació dels respectius estats membres, promovent la cooperació entre les televisions públiques d'àmbit estatal, nacional, autonòmic, regional i local. Aquest és, d'alguna manera, el cas emblemàtic i positiu de la Federació d'Organismes de Ràdio i de Televisió Autonòmics (FORTA), que ha permès a les televisions autonòmiques de l'Estat espanyol fer front a la competitivitat del sector privat, però també a la competitivitat que els planteja la televisió pública estatal.

Aquesta proposta de coordinació no vol pas dir que s'hagi d'eliminar tota forma de competitivitat entre les diverses televisions públiques que actuen en una mateixa comunitat, però sí que vol dir que els límits d'aquesta competitivitat haurien de quedar establerts en les respectives missions i contractes programa. Caldria evitar, en tot cas, que aquesta política de coordinació acabés perjudicant les televisions més dèbils del sector públic, és a dir, les televisions de proximitat.

El nou model de sistema audiovisual per a Catalunya, en concret, hauria de proposar les formes de col·laboració entre la televisió autonòmica (CCRTV) i la televisió estatal (RTVE) i, més que això, hauria de proposar una col·laboració d'aquestes televisions amb les televisions locals de caràcter públic, distribuint-se les funcions de servei públic, intercanviant experiències, col·laborant amb el teixit industrial en la producció de programes, etc. Les televisions públiques hauran d'entendre que en les noves condicions de concentració i de competitivitat del sistema audiovisual a l'era digital és necessari superar una primera fase que podríem qualificar de «competitivitat "primària"», per a passar a una nova fase de complementarietat cooperativa, sota la tutela de la nova autoritat audiovisual que ara es reclama.

8. *Reformar i redefinir l'autoritat de l'audiovisual i la direcció de la televisió pública*

No hi ha dubte que una de les peces clau del nou model de televisió, adaptat a les exigències de la democràcia en la nova societat de la informació, és la definició i constitució d'una autoritat audiovisual independent. Aquesta és, també, una qüestió clau si es vol recuperar la credibilitat del servei públic de televisió. Més amunt, a la primera conclusió, dèiem que la defensa de la televisió pública, a més de fer referència a la missió i al finançament, ha de basar-se en l'existència d'una autoritat independent, tot això sota la supervisió del Parlament. Sense aquesta autoritat i supervisió, la televisió pública no obtindrà la credibilitat necessària per a reclamar el finançament que requereix per tal de fer-se un lloc en l'actual sistema mixt i competitiu de la comunicació.

Per a definir aquesta autoritat hi ha, evidentment, diverses fórmules i procediments que aquí no detallarem; no obstant això, podem concloure amb alguns punts bàsics sobre les seves competències i composició.

LES COMPETÈNCIES DE L'AUTORITAT DE L'AUDIOVISUAL

Les competències de l'autoritat de l'audiovisual, almenys potencialment, es poden plantejar a quatre nivells principals:

1. Autoritat general sobre el sistema audiovisual, incloses les televisions públiques i les televisions privades, amb diverses fórmules i competències possibles.
2. Autoritat específica sobre el sistema públic de televisió: els actuals Consells d'Administració.
3. Autoritat sobre els aspectes culturals i comunicatius (distribució de continguts) de les telecomunicacions.
4. Autoritat «guia» sobre el futur dels sistemes públics d'informació en la societat de la informació.

D'aquesta identificació de competències no n'hauríem de concloure la conveniència d'un sol organisme o «d'una única autoritat de l'audiovisual», però sí que en podríem concloure la conveniència de constituir la «principal» o «més alta autoritat de l'audiovisual», pensada no solament per a resoldre els problemes d'avui, o d'ahir, sinó també per a resoldre els problemes que ja es veuen a venir en el futur. Aquesta «més alta autoritat de l'audiovisual» hauria d'estar en condicions d'intervenir, de forma gradual i per etapes, en tots i cada un dels quatre punts mencionats, sempre sota la supervisió d'una comissió parlamentària *ad hoc*, que no s'hauria de limitar al «control» de la ràdio i la televisió pública, sinó que s'hauria de convertir en una nova comissió parlamentària de

les polítiques de comunicació a l'era digital. No es proposa una única autoritat per a tots els sectors i àmbits audiovisuals, sinó, això sí, una jerarquia d'autoritats que els reforci, evitant una dispersió que els restaria eficàcia i credibilitat.

LES COMPETÈNCIES DE LA «MÉS ALTA AUTORITAT DE L'AUDIOVISUAL»: EL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL

L'etapa de transformacions que vivim aconsella procedir per etapes, deixant, però, ben obertes les possibilitats d'adaptació a les novetats que es succeiran acceleradament. És en aquests context, i amb aquestes condicions, que podem identificar les següents competències d'aplicació més immediata per a la «més alta autoritat de l'audiovisual», que, seguint la tradició iniciada a França i continuada a Catalunya, es pot denominar «Consell de l'Audiovisual»:

- Supervisió dels continguts i estructura de la programació de tot el sector audiovisual (públic i privat), exercint el que s'ha denominat «funció policia» de control del compliment de les normatives vigents, incloses les d'abast europeu.
- Garantia del pluralisme, aplicat a tota la programació i estructura del sistema televisiu.
- Aplicació de sancions pels incompliments.
- Atorgament i seguiment de llicències, i aprovació de les renovacions.
- Arbitratge sobre la coordinació dels diversos sectors de la televisió pública.
- Informació sobre les propostes de regulació del sector, d'iniciativa parlamentària o presentades pel govern.
- Funció de previsió i prospectiva, proposant canvis legislatius.
- Funció de guia ètica i social sobre els continguts i la programació de les televisions públiques i privades.

L'AUTORITAT AUDIOVISUAL I LA DIRECCIÓ DE LA TELEVISIÓ PÚBLICA

El marc de competència de l'autoritat audiovisual planteja finalment una qüestió clau, de solució no gens fàcil: quina ha de ser la relació del Consell de l'Audiovisual amb la gestió, direcció i missió de la televisió pública? Analitzats els pros i els contres, considerem convenient apuntar dues grans línies conclusives: el Consell de l'Audiovisual, com la «més alta autoritat de l'audiovisual», hauria de tenir àmplies competències

sobre la televisió pública, però això sense negar l'existència d'una autoritat específica i independent de la televisió pública, que, com en el cas del Consell de l'Audiovisual, seria nomenada pel Parlament.

Per a interpretar aquesta proposta caldrà delimitar els respectius àmbits de competències. Podem començar per preguntar-nos fins a on han d'arribar les competències del Consell de l'Audiovisual sobre la televisió pública, més enllà d'allò que li és comú amb la televisió privada. Una proposta de màxims podria incloure –com succeeix en el cas de França– la competència del Consell de l'Audiovisual de nomenar el director general de l'organisme corresponent de la televisió pública. Diverses opinions recollides en aquesta investigació indiquen que aquesta possibilitat tindria el defecte de concentrar excessivament el poder en una mateixa i única autoritat i podria qüestionar la funció reguladora d'un Consell de l'Audiovisual que ha de tenir competències sobre la televisió pública i sobre la televisió privada.

Un segon nivell de competències –el que aquí considerem més adequat– és el que podria tenir el Consell de l'Audiovisual sobre la missió i el contracte programa de la televisió pública. És cert que el contracte programa depèn directament d'una decisió que només pot ser parlamentària: l'aprovació dels pressupostos. Però, en canvi, el Consell no hauria d'estar al marge de la definició de la missió i de la supervisió del compliment del contracte programa d'acord amb aquella missió. En tot cas, la delimitació de les competències del Consell de l'Audiovisual sobre la televisió pública s'haurà de considerar una peça clau de l'organització del sistema audiovisual, i per tant el Consell haurà de ser dotat d'una autoritat independent i capaç de regular el procés d'adaptació del sistema audiovisual a la nova era digital.

COMPOSICIÓ, PERFIL I NOMENAMENT DELS MEMBRES DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL

Tan important com les funcions del Consell de l'Audiovisual és la composició, característiques i formes de nomenament dels seus membres, si és que es vol que guanyi credibilitat democràtica per la seva independència i capacitat tècnica. En un sistema democràtic, l'origen de la legitimitat del nomenament dels membres d'un organisme d'aquesta naturalesa ha de correspondre al Parlament. Ara bé, les formes concretes d'aquest nomenament han d'afrontar un gran repte: fer compatible el fet que els seus membres siguin «nomenats» amb el fet que siguin «independents». L'experiència demostra que la condició de ser «expert» en la matèria és necessària però no suficient, sobretot quan predomina la fórmula i el criteri de quotes partidistes; aleshores els nomenats tendeixen més a ser representants dels grups que els han proposat, que a ser

membres independents que representen a tot el Parlament que els ha elegit per majories qualificades.

Per això sembla interessant una fórmula ja experimentada al Congrés dels Estats Units amb els coneguts *hearings* o audiències. Qui aspira a un càrrec ha de demostrar la seva idoneïtat en una audiència pública en la qual pot ser interrogat sobre els diferents aspectes de la seva competència i de les seves propostes. Aquesta fórmula podria seguir els següents passos: el president del Parlament proposaria un candidat per a presidir el Consell de l'Audiovisual. El candidat presentaria els seus mèrits, el programa d'actuació i l'equip amb el qual hauria de desenvolupar-lo, sempre format per persones que poguessin acreditar la seva competència. El Parlament examinaria els diferents aspectes i, fins hi tot, podria demanar la compareixença de diferents membres de l'equip proposat per tal d'interrogar-los sobre els diferents aspectes del programa, de la seva competència tècnica i de les seves possibles incompatibilitats. Finalitzats aquests tràmits es procediria a la votació per al nomenament del candidat, el qual hauria d'obtenir una majoria qualificada. Si no obtingués finalment aquesta majoria hauria d'iniciar-se novament el procés.

Idealment, i al nostre entendre, la composició d'aquest Consell hauria d'incorporar persones amb tres principals perfils complementaris:

- *Experts* en el sistema audiovisual, per a interpretar les seves lògiques.
- *Avaluadors*, amb competència i capacitat per a avaluar el compliment de les normatives.
- *Intèrprets socials*, per a aportar el punt de vista dels grups i interessos socials implicats en els processos d'informació.

En qualsevol cas, els membres del Consell estarien condicionats per fortes incompatibilitats, serien elegits per majoria qualificada i el seu mandat sempre hauria de ser superior al de la legislatura, buscant-ne així la màxima independència i eficàcia.

AUTORITAT I GESTIÓ DE LA TELEVISIÓ PÚBLICA

Són ja nombroses, quasi unànimes, les veus que reclamen una nova fórmula per al govern de la televisió pública a Espanya i a Catalunya, i la reforma de la normativa vigent en aquesta direcció. Aquestes veus reclamen, bàsicament, tres coses: que la direcció de les televisions públiques es desvinculi dels governs de torn, que la composició dels consells d'administració es «despartiditzi» i que es produeixin les reformes necessàries per tal que aquests consells es converteixin en organismes tèc-

nicament preparats per a dirigir un *holding* d'empreses cada dia més complex.

A diferència del que correspondria al Consell de l'Audiovisual, el govern de la televisió pública ha de reforçar les seves competències més estrictament professionals i de gestió, sense oblidar els compromisos bàsics de caràcter cultural, ideològic i social implícits en la seva missió. Per això es proposa per a la composició ideal d'aquests Consells d'Administració la incorporació de tres perfils complementaris principals:

- *Experts* en el sistema audiovisual, per a interpretar les seves lògiques.
- *Gestors* del complex sistema industrial que avui representa la televisió.
- *Professionals* amb experiència en la producció de continguts i en la selecció i difusió de la informació.

Segons el nostre criteri, aquests Consells d'Administració no haurien de ser l'últim referent en la definició de la missió i del contracte programa de la televisió pública, sinó el seu executor o, en tot cas, qui hauria de presentar les seves propostes al Consell de l'Audiovisual. Pel que fa a la forma i procediment d'elecció, cal destacar, de nou, les contradiccions i efectes negatius detectats en el sistema vigent –que semblen difícils de superar– del repartiment de quotes previ a les eleccions per àmplia majoria. En aquest sentit, considerem interessant pensar a aplicar al Consell d'Administració la mateixa fórmula abans proposada per al Consell de l'Audiovisual (un candidat amb un programa i un equip votat al Parlament per majoria qualificada); aquesta fórmula podria obtenir el consens general parlamentari que es persegueix i, al mateix temps, l'eficàcia de gestió que es reclama.

DEFINIR EL MARC DE COMPETÈNCIA

Hem vist que els diversos estats d'Europa tenen fórmules ben diferents pel que fa a la composició, funcions i competències de les seves autoritats de l'audiovisual. Cal dir que la política de comunicació europea es beneficiaria d'un procés d'homologació d'aquestes fórmules que facilitaria la coordinació, encara que sigui un procés difícil.

Pel que fa al cas espanyol, cal assenyalar que el debat sobre l'autoritat de l'audiovisual posarà de relleu la necessitat de redefinir el marc de competència entre l'Estat i les autonomies. El debat que actualment s'està duent a terme a Catalunya podria contribuir a fer palesa la gran llacuna que significa l'absència d'una autoritat de l'audiovisual independent a Espanya, però també pot contribuir a posar de manifest la

necessitat de reformar el sistema audiovisual espanyol a favor de la descentralització necessària perquè comunitats com la catalana puguin afrontar amb garanties el repte que signifiquen l'era digital i la societat de la informació

9. *Televisió pública, Internet i diversificació de les inversions públiques en el sector de la comunicació*

TELEVISIÓ PÚBLICA I UN NOU MULTIMÈDIA ON LINE

Només una visió empresarial retrògrada o uns interessos a curt termini podrien ignorar l'extraordinari potencial de canvi que ha de significar Internet per als mitjans de comunicació en general i per a la televisió pública en particular. Per això considerem del tot prioritari iniciar, des d'ara, un pla estratègic de desenvolupament i de presència de les televisions públiques en aquest nou escenari de la comunicació.

La primera conseqüència d'aquesta posició hauria de ser la constitució d'una nova línia de producció dels ens públics, com ha fet la BBC creant la BBC On Line. És a dir, crear un nou sector o línia de comunicació o, si es vol, un *nou metamèdia* en el qual han de convergir les diferents tecnologies i suports de comunicació: ràdio, agències de notícies, vídeo, bases de dades, periodisme electrònic, etc.

Donades les característiques d'Internet, aquesta gran web o *nou metamèdia* del servei públic de televisió també podria aspirar a convertir-se en el punt de referència de cada país per a l'entrada a Internet, és a dir, podria actuar com a macroportal de la comunicació, complint així amb les noves funcions abans esmentades de desenvolupament de les comunicacions, garantia de l'accés per a tothom, producció de la informació socialment necessària, guia i mediació davant la multiplicitat de l'oferta d'informació, etc.

La televisió pública a Internet hauria d'exercir un nou lideratge, similar al que ara se li demana en relació amb la indústria audiovisual: fer de motor del sistema públic d'informació a l'era digital i dels processos de convergència entre sectors com la cultura, l'educació, la salut, el benestar social, etc. Això significa quelcom més que participar en la creació de grans grups: significa liderar el procés de coordinació de les diverses institucions –sobretot de les públiques– en la gestió de la memòria digital, font de la informació del futur. Però aquesta nova missió també obre les portes a un important canvi de dimensions de les polítiques públiques de comunicació, que no han de seguir centrades únicament i exclusiva en els ens de comunicació convencionals i per tant en la televisió pública, sinó que han de centrar-se en noves polítiques més globals de comunicació.

DIVERSIFICAR LES INVERSIONS PÚBLIQUES EN EL SECTOR DE LES COMUNICACIONS MODERNES

Ningú discuteix, avui dia, la importància de la televisió, però sí que ha de discutir-se la importància que el sistema públic de comunicació ha d'atorgar-li en el marc més general dels sistemes públics de comunicació del futur. No es pot pas perdre de vista que, amb l'arribada de la societat digital, s'obren múltiples noves possibilitats a les inversions públiques en el sector de les comunicacions, i en aquest nou context no sembla justificat seguir centrant totes les inversions públiques en un sol ens i en un sol mitjà de comunicació.

La televisió pública ha d'estar al servei de la política de comunicació de cada país, però la política de comunicació del país no ha d'estar centrada exclusivament en la seva televisió pública. Haurà de partir, això sí, de l'experiència i de les inversions materials i immaterials, fetes al llarg de tantes dècades a favor de la televisió pública. A més a més, la lògica industrial en el sector de les comunicacions ens ensenya fins a quin punt la cooperació dels diferents mitjans, suports i branques de la indústria és a la base de tota funcionalitat i competitivitat; per això la televisió pública s'ha de constituir, necessàriament, en el nucli sobre el qual es pugui estructurar el conjunt de la «filera» del sistema públic de comunicació a l'era digital.

10. *Conclusió de conclusions: la necessitat de la televisió pública a l'era digital*

A la nova era digital els serveis públics d'informació semblen més necessaris que mai:

- Per a garantir una producció informativa d'interès social i no únicament la que respongui als interessos i a les lògiques comercials.

- *Per a facilitar a la totalitat de la població, sense discriminacions, l'accés a aquests serveis d'informació.*

- Per a garantir els valors clàssics de les polítiques democràtiques de comunicació (pluralisme, accés, identitat) i, ara, també per a afavorir els processos de benestar social.

- Per a mantenir la garantia del servei universal de telecomunicacions.

- Per a afavorir la cooperació i planificar el futur de forma sostenible, en benefici de la col·lectivitat i no dels interessos conjunturals de les iniciatives privades sense responsabilitat col·lectiva.

- Per a mantenir a l'era digital els espais públics de comunicació, com a espais compartits per totes les persones d'una mateixa societat, sense discriminacions.